

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۷/۸

محمدباقر آخوندی^۱

مریم محلاتیان بابکی^۲

چکیده

مشارکت دینی مهم ترین رکن تشکیل دهنده سرمایه‌ی اجتماعی و یکی از مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی دین است. مشارکت دینی در کشور ایران که اکثریت مسلمان و شیعه هستند امری بسیار مطلوب و ارزشمند می‌باشد و آیه‌های قرآن بر آن تأکید فراوان دارد. ولی با وجود سفارش‌های زیاد دین مبین اسلام در دهه‌های اخیر تحقیق‌های انجام شده در کشور و احساس‌های عمومی افراد جامعه نشانگر آن است که مشارکت دینی مردم ایران در مقایسه با اوایل انقلاب کاسته شده است و این کاهش در قشر جوان بیشتر از اقشار دیگر جامعه مشاهده می‌شود. این سؤال در ذهن محقق به وجود می‌آید که چرا با وجود این که جوانان ما از زمان کودکی با مشارکت دینی، آشنا می‌شوند و در مراکز آموزش و پرورش، رسانه‌های ارتباط جمعی و خانواده این امر مورد توجه قرار می‌گیرد؛ باز هم جوانان ما آن چنان که باید به بعضی از اشکال مشارکت دینی اهمیت نمی‌دهند و پایبندی جوانان در عمل به مشارکت دینی در حد مورد انتظار نیست. لذا هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی جوانان بخصوص دانشجویان دانشگاه بیرجند می‌باشد. روش این پژوهش، کمی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه بیرجند در سال تحصیلی ۹۵-۹۴ است، که تعداد آنها ۹۵۶۴ نفر می‌باشد؛ از بین این جامعه آماری موجود برطبق فرمول کوکران، نمونه‌ای به حجم ۳۱۲ نفر با شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی متناسب انتخاب شده است. همچنین با به کارگیری

Akhondi@birjand.ac.ir

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه بیرجند

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه بیرجند، نویسنده مسؤول

Mahalatianm@gmail.com

ضریب همبستگی اسپیرمن، کی دو، رگرسیون چند گانه به روش Enter و روش تحلیل مسیر، روابط بین متغیرها ارزیابی شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که متغیر ملاک یعنی مشارکت دینی با متغیرهای ارزش های دینی، استفاده از رسانه های جمعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و اعتماد اجتماعی رابطه معنی داری دارد. همچنین تحلیل چندمتغیری نشان می دهد که متغیرهای ارزش های دینی، اعتماد اجتماعی، پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده و استفاده از رسانه های جمعی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر ملاک دارند. نتایج این پژوهش هم سو با نظریه های پاتنام، اینگلهارت و نوریس است.

واژگان کلیدی: مشارکت دینی، دانشجویان دانشگاه، ارزش های دینی

مقدمه

در جامعه ای نظیر ایران که در آن نهاد دین به عنوان یک مؤلفه ی مهم زندگی جمعی ایفای نقش می کند، می توان اهمیت نقش دین و مذهب را در شکل گیری، تداوم و تکوین سرمایه ی اجتماعی کاملاً منحصر به فرد و متمایز دانست؛ زیرا نهاد دین در محتوای جامعه ایران علاوه بر استحکام و تثبیت در ذهنیت و گرایش های عمومی جامعه، دارای کارکردهای عمیق مستقیم و غیرمستقیم در سایر حوزه های فردی و اجتماعی است. شواهد متعدد در سطح دنیا و در بین ادیان مختلف، بیانگر آن است که مذهب موتور مولد سرمایه ی اجتماعی است (افشانی و دیگران، ۱۳۹۰: ۲۶۲). تأثیر دین در حفظ و بقاء نظام اجتماعی و نقش آن در تقویت همبستگی بین اعضای جامعه باعث شده است تا بسیاری از عالمان اجتماعی و بویژه جامعه شناسان آن را به عنوان هسته محوری مطالعه های خود قرار دهند. یکی از ابعاد دین که تبلور دین در افراد به شمار می آید، مشارکت دینی است (موسوی، موسوی و حیدری، ۱۳۹۰: ۱۵۰). دورکیم^۱ برای مشارکت دینی اهمیت زیادی قائل است. از نظر او دین فقط نظامی از باور داشت ها و مفاهیم نیست، زیرا که دین نظام کنش و دربرگیرنده مناسک عملی است. از طریق

مشارکت در مناسک و مراسم مذهبی است که قدرت اخلاقی جامعه آشکار، احساس های مذهبی تقویت و تجدید و حس وابستگی به قدرتی روحانی تشدید می گردد. ماهیت جمعی چنین گردهمایی هایی، شرکت کنندگان را به اهمیت گروه و جامعه در قالب آیین های مذهبی آگاه می سازد و به این ترتیب مشارکت دینی همبستگی و انسجام اجتماعی را ایجاد و حفظ می کند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۱۷۶-۱۷۷). اغلب مشارکت دینی به انسان بینشی عمیق و گسترده می دهد و او را در درک خاستگاه و هویت خویش یاری می کند. مشارکت دینی در این پژوهش نیز، معطوف به کنش های دینی داوطلبانه است که همواره به دلیل مسلمان بودن مردم ایران بر سایر انواع مشارکت ها برتری داشته است؛ مانند شرکت در نماز جماعت و جمعه، شرکت در انواع مراسم مذهبی، شرکت در مراسم محرم و صفر، شرکت در مراسم شب های احیاء در ماه رمضان و غیره. این نوع مشارکت می تواند باعث اجتماع عظیم ملی و یادآور ارزش ها و تقویت پیوندهای ملی شود. به طور کلی مشارکت دینی، به عنوان یکی از انواع مهم مشارکت و یکی از ابعاد اجتماعی دینداری به حساب می آید که عبارت است از حضور و مشارکت افراد در مراسم و مناسک دینی جمعی و سهیم شدن در برخی از هزینه های این مراسم و مناسک دینی می باشد که به صورت داوطلبانه و آگاهانه در مکان هایی هم چون هیأت های مذهبی، مساجد و منازل انجام می گیرد (غفاری و نیک بین صدافتی، ۱۳۹۱: ۹۱).

بیان مسأله

ایرانی قرن هاست که با دین، بر اساس دین، با راهنمای دین، به خاطر دین و با مرجعیت آن زندگی کرده است. اهمیت و جایگاه دین در جامعه ایران، تنها معطوف به دین اسلام نیست؛ چرا که در عهد پیش از اسلام نیز ایرانیان نگاه ویژه و ژرفی به دین داشته و دین جایگاه درخوری در حیات آنان دارد. «تأثیر دین و مظاهر آن در حفظ و بقاء نظام اجتماعی و نقش آن در تقویت همبستگی بین اعضاء جامعه باعث شده است تا بسیاری از جامعه شناسان آن را به عنوان موضوع مطالعه های خود قرار دهند. یکی از مظاهر و ابعاد که به نوعی می توان تبلور دین در افراد به شمار آورد، انجام رفتارهای

مذهبی و مشارکت در فعالیت‌های دینی در بین پیروان یک دین و مذهب است» (آزاد ارمکی و غیاثوند، ۱۳۸۱: ۲۹؛ به نقل از موسوی، موسوی و حیدری، ۱۳۹۰: ۱۵۱).

آنچه مراسم و مشارکت دینی را در حیات اجتماعی جامعه ایران از دیگر جوامع متمایز کرده است؛ ویژگی‌هایی از جمله گستردگی، تنوع، قدمت، تأثیرگذاری، هنجارآفرینی و نقش‌آفرینی این نوع مراسم در کنش‌های فردی و اجتماعی مردم مسلمان ایران می‌باشد.

مشارکت دینی به عنوان یکی از ابعاد دین، نقش مهمی در بازتولید باورها و اعتقاد‌های دینی در ایران داشته و دارد. به عبارت دیگر باورهای مذهبی عامل اجرا و به جا آوردن مشارکت‌اند و آن را معنا و شکل می‌دهند و از سوی دیگر، مشارکت دینی باورهای مذهبی را تقویت و تصدیق می‌کند. به طور کلی تأثیرهای مشارکت دینی را می‌توان به این صورت بیان کرد: ۱- دوری از انحراف‌های اجتماعی؛ ۲- کسب آرامش روانی؛ ۳- افزایش مسؤلیت‌پذیری؛ ۴- درونی شدن هنجارها و ارزش‌های دینی؛ ۵- همبستگی اجتماعی؛ ۶- وفاق اجتماعی؛ ۷- بازیابی هویت دینی؛ ۸- ایجاد پیوندهای فرانسلی و غیره.

در عصر جهانی شدن به دلیل پیچیدگی‌های زیادی که جامعه با آن روبه‌رو است، برخی از اشکال مشارکت دینی در معرض تقویت و برخی دیگر در معرض تهدید قرار گرفته‌اند. جامعه ایران نیز از این امر مستثنی نیست. نتایج به دست آمده توسط پژوهشگران در حوزه جامعه‌شناسی دین نشان می‌دهد که تفاوت‌هایی در ابعاد دینداری قابل مشاهده است. به این ترتیب که هرچند باورها و عواطف دینی در میان جوانان حاضر و بادوام است، اما از سویی دیگر، پذیرش تمام ابعاد دینداری نیز از جانب جوانان مورد تردید می‌باشد (اعظم‌آزاده و توکلی، ۱۳۸۶: ۱۲۳؛ بهار و رحمانی، ۱۳۹۱: ۱۲).

بر اساس نتایج مطالعه توسلی و مرشدی (۱۳۸۵) باورهای دینی جوانان دانشجویی در حد بالا و پایبندی آنها به انجام دادن اعمال فردی دینی، در حد متوسط به بالاست، اما پایبندی آنها به انجام دادن اعمال جمعی دینی در حد کم ارزیابی می‌شود. هم‌چنین گرایش به دین خصوصی، برخورد گزینشی با دین و گرایش به تکثرگرایی دینی، رواج

زیادی در بین دانشجویان دارد. یافته‌های مطالعات نشان می‌دهد که مشارکت‌های دینی جوانان در بعد جمعی رسمی و غیررسمی، مانند شرکت در نماز جماعت، نماز جمعه و ... روند نزولی دارد (موسوی، موسوی و حیدری، ۱۳۹۰؛ فرجی و کاظمی، ۱۳۸۸). علاوه بر این، در این زمینه بین دانشجویان و غیردانشجویان تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان خیلی کمتر در این گونه مراسم مشارکت می‌کنند (آزاد ارمکی و زارع، ۱۳۸۷: ۱۵۸).

نتایج تحقیق سراج‌زاده (۱۳۸۳: ۱۸۷) نشان می‌دهد که «باورها و عواطف دینی در بین جوانان از مقبولیت و عمومیت برخوردار بوده و انجام عبادات به صورت فردی را کم و بیش به جا می‌آورند؛ در حالی که قریب ۹۰٪ آن‌ها در مراسم جمعی عبادی (نماز جمعه و جماعت و ...) هرگز شرکت نمی‌کنند یا به ندرت شرکت می‌کنند. این میزان بالای از "مؤمنین مسجد نرو" پدیده جدیدی در ایران است که نشان‌دهنده‌ی گسترش نگرش‌های شخصی‌تر نسبت به دین در جامعه است که براساس آن، افراد ترجیح می‌دهند دین را به عنوان جنبه‌ای از زندگی خصوصی خود به حساب آورند. عدم شرکت در مراسم عمومی دینی می‌تواند نشانه‌ای از کاهش نفوذ نهادهای سنتی دین بر نسل جدید هم باشد و این هر دو را ممکن است بتوان به قدرت یافتن نیروهای سکولارکننده در سطح جامعه تعبیر کرد». مشارکت دینی در کشور ایران که اکثریت مسلمان و شیعه هستند امری بسیار مطلوب و ارزشمند می‌باشد و روایت‌های زیادی بر آن تأکید فراوان دارند. ولی باوجود سفارش‌های زیاد دین مبین اسلام در دهه‌های اخیر تحقیق‌های انجام شده در کشور و احساس‌های عمومی افراد جامعه، نشانگر آن است که «از مشارکت دینی مردم ایران در مقایسه با اوایل انقلاب، کاسته شده است» (موسوی، موسوی و حیدری، ۱۳۹۰: ۱۵۲). و این کاهش در قشر جوان، بیشتر از قشرهای دیگر جامعه مشاهده می‌شود.

در اینجا این سؤال در ذهن محقق به وجود می‌آید که چرا با وجود این که جوانان ما از زمان کودکی با مشارکت دینی آشنا می‌شوند و در مراکز آموزش و پرورش، رسانه‌های ارتباط جمعی و خانواده مشارکت دینی مورد توجه قرار می‌گیرد، باز هم برخی از جوانان

آن چنان که باید به بعضی از انواع مشارکت دینی اهمیت نمی دهند و پابندی آنان در عمل به مشارکت دینی در حد مورد انتظار نیست. اشکال کجاست؟ عوامل تأثیرگذار کدامند؟ می توان گفت عوامل فردی و اجتماعی متعددی در تعامل با یکدیگر در گرایش افراد به مشارکت دینی تأثیر دارند.

با توجه به نظریات مطرح شده در زمینه مشارکت، می توان این نکته را مطرح کرد که اعتماد اجتماعی و استفاده از رسانه های جمعی، متغیرهایی هستند که با مشارکت دینی رابطه دارند (Putnam, 2002: 134). پاتنام^۱ اعتماد را از عناصر ضروری برای تقویت همکاری می داند که حاصل پیش بینی پذیری رفتار دیگران است. اعتماد در یک جامعه کوچک، از طریق آشنایی با دیگران به دست می آید، اما در جامعه بزرگ و پیچیده، اعتماد غیرشخصی یا شکل غیرمستقیمی از اعتماد ضرورت می یابد. پاتنام با توجه به شعاع اعتماد، به دو نوع اعتماد شخصی و اعتماد اجتماعی یا تعمیم یافته، اشاره دارد و نوع دوم را برای جامعه، سودمندتر می داند. به نظر او این نوع اعتماد، شعاع اعتماد را از فهرست کسانی که شخصاً می شناسیم، فراتر می برد و همکاری گسترده تر در سطح جامعه را موجب می شود. پاتنام افزایش مشارکت و گسترش شبکه های اجتماعی را از سازوکارهای اعتماد شخصی یا خاص به اعتماد اجتماعی یا تعمیم یافته، معرفی می کند (احمدی و کارگر، ۱۳۹۲: ۱۹۳).

پاتنام در تبیین کاهش سرمایه اجتماعی، و انواع مشارکت در بین آمریکایی ها، مهمترین نقش را برای تلویزیون و انواع رسانه های الکترونیکی قائل است. پاتنام معتقد است که این فناوری های ارتباطی با خصوصی کردن اوقات فراغت، به کاهش سرمایه اجتماعی و مشارکت افراد منجر می شوند (Putnam, 1998، نقل در فیلد، ۱۳۸۵: ۱۴۲-۱۴۵). از دیگر نظریه پردازانی که معتقدند غیردینی شدن در میان نسل های جوان تر، بیشترین پیشروی را داشته است، اینگلهارت و نوریس^۲ می باشد (اینگلهارت و نوریس، ۱۳۸۹: ۳۱۳ و ۵۶). براساس نظریه آنان ارزش ها و اعتقادات دینی به شدت بر مشارکت دینی (شرکت در مراسم عبادی و برگزاری نماز) تأثیر می گذارد. هم چنین نوسازی

1. R.Putnam

2. R.Inglehart & P. Norris

یعنی فرایند صنعتی شدن، شهرنشینی، میزان تحصیلات، ثروت، وضعیت تأهل، شغل و نوع طبقات بر روی میزان مشارکت دینی تأثیر می‌گذارند (همان: ۱۱۰ و ۳۲۰). با توجه به مطالب بالا که ذکر شد باید دید که مشارکت دینی در بین جوانان و به خصوص دانشجویان دانشگاه بیرجند، به چه صورت‌هایی می‌باشد و هم‌چنین عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی آنان کدامند؟ لذا خلأ و کمبود تحقیق داخلی در این زمینه و خصوصاً رابطه علل و عوامل مختلف اجتماعی با مشارکت دینی دانشجویان، محقق را بر این داشت که به دو سؤال اساسی زیر پاسخ دهد.

سؤال اول: میزان مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند در سال ۹۵-۹۴ چگونه است؟

سؤال دوم: عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند در سال ۹۵-۹۴ کدامند؟

اهداف تحقیق

هدف کلی: بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند
اهداف جزئی عبارتند از:

۱. بررسی میزان مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند؛
۲. جستجو و بررسی برخی از عوامل اجتماعی که بر مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند تأثیر می‌گذارند؛
۳. بررسی رابطه‌ی بین عوامل اجتماعی و گوناگونی‌های موجود در مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند؛
۴. توجیه و تبیین نتایج به دست آمده از این بررسی‌ها.

فرضیه های تحقیق

- ۱- به نظر می‌رسد که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده و مشارکت دینی دانشجویان، رابطه وجود دارد. با این پیش فرض که طبقه‌های پایین تر نسبت به طبقه‌های بالاتر، مشارکت دینی بیشتری دارند و بالعکس.
- ۲- به نظر می‌رسد که بین استفاده از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی دانشجویان، رابطه وجود دارد. با این پیش فرض که هر چه استفاده از رسانه‌های جمعی افزایش می‌یابد، مشارکت دینی هم کاهش می‌یابد و بالعکس.
- ۳- به نظر می‌رسد که بین اعتماد اجتماعی دانشجویان و مشارکت دینی آنان، رابطه وجود دارد. با این پیش فرض که هر چه اعتماد اجتماعی در دانشجویان بیشتر باشد، مشارکت دینی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس.
- ۴- به نظر می‌رسد که بین ارزش‌های دینی دانشجویان و مشارکت دینی آنان، رابطه وجود دارد. با این پیش فرض که هر چه ارزش‌های دینی در دانشجویان با اهمیت تر باشد، مشارکت دینی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس.

پیشینه تحقیق

موسوی، موسوی و حیدری (۱۳۹۰: ۱۴۹-۱۷۳) در تحقیق خود به «بررسی میزان پای بندی به مناسک و رفتارهای دینی و عوامل مؤثر بر آن: مورد مطالعه دانش آموزان شهر زنجان» پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که میزان پایبندی دانش آموزان مقطع متوسطه به مناسک و رفتارهای دینی در سطح نسبتاً بالایی است و اکثریت آنان مناسک و واجبات دینی را به جا می‌آورند. بررسی پایبندی آنان به مناسک جمعی رسمی و جمعی غیررسمی نشان می‌دهد که اگرچه این بعد از رفتارهای دینی در سطح متوسطی قرار دارد ولی نسبت به انجام مناسک فردی ضعیف تر است و میزان شرکت در نماز جماعت مسجد، شرکت در روزه‌خوانی‌ها و مداحی‌ها، شرکت در نماز جمعه و شرکت در جشن‌هایی مانند نیمه شعبان و مراسم ایام محرم در حد متوسط بوده و میانگین آن‌ها از پایبندی به انجام مناسک فردی پایین تر است.

شایگان (۱۳۸۹: ۱۳۰، ۱۴۴، ۱۷۵) در تحقیقی تحت عنوان "تبیین جامعه‌شناختی مشارکت مردم در مساجد" به بررسی عوامل مؤثر بر میزان حضور و مشارکت مردم در مساجد می‌پردازد. از بین عوامل مؤثر نیز عواملی مانند کیفیت عملکردهای اصلی و جانبی مسجد، میزان مقبولیت امام جماعت، ویژگی سطح فنی مسجد، میزان مذهبی بودن افراد، طبقه اجتماعی آنان و میزان ارضای انتظارات شان از مسجد و نحوه تأمین هزینه مسجد به عنوان متغیر مستقل انتخاب شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین میزان مذهبی بودن و میزان حضور و مشارکت در مسجد رابطه‌ی معناداری وجود دارد. هم‌چنین براساس نتایج، رابطه‌ی بین میزان حضور و مشارکت در مسجد و طبقه اجتماعی پاسخگویان ضعیف و منفی است.

مولر و جانسون (Mueller & Johnson, 1975: 785-800) در مطالعه خود تحت عنوان «پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مشارکت دینی» به بررسی رابطه بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میزان مشارکت دینی می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه ضعیفی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مشارکت دینی برای همه گروه‌های دینی و نژادی وجود دارد. ضریب رگرسیون استانداردشده نیز رابطه‌ی ضعیفی را بین مشارکت دینی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی (تحصیلات، درآمد و شغل) نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی (تحصیلات، درآمد و شغل) حدوداً یک درصد از تغییرهای مشارکت دینی را تبیین می‌کند. بر اساس نتایج تحقیق، میانگین مشارکت دینی زنان نسبت به مردان بیشتر است. هم‌چنین مشارکت دینی در بین گروه‌های مختلف دینی براساس رده‌های شغلی متفاوت است؛ این رابطه در بین پروتستان‌ها مثبت، در بین یهودیان و سفیدان بدون تعلق مذهبی (کاتولیک یا پروتستان) منفی و در بین کاتولیک‌ها صفر است.

فرکینگ (Frerking, 1965: 53-57) با توجه به کار فوکویاما^۱، در مطالعه‌اش تحت عنوان "مشارکت دینی دانشجویان لوتریان" چهار بعد اصلی مشارکت دینی را شناختی، آیینی، عقیدتی و عبادتی در نظر می‌گیرد و رابطه عواملی مانند جنسیت، تحصیلات

و پایگاه اقتصادی- اجتماعی را با مشارکت دینی بررسی می کند. بر اساس نتایج، بین جنسیت و مشارکت دینی (با چهار بعد شناختی، آیینی، عقیدتی و عبادی) رابطه‌ی معناداری وجود ندارد. بر اساس یافته‌های تحقیق، میزان مشارکت دینی دانشجویان بر اساس نوع دانشکده آنان متفاوت است. در این تحقیق، بین طبقه اجتماعی و میزان مشارکت دینی در همه ابعاد رابطه‌ی معناداری مشاهده نشده است. در مورد رابطه‌ی بین محل سکونت و مشارکت دینی نیز نتایج نشان می دهد که در بین دانشجویان فقط از نظر بعد آیینی تفاوت معناداری وجود دارد.

چارچوب نظری

چارچوب نظری تحقیق به نظریه‌هایی که به توصیف و تبیین مشارکت دینی می پردازند، گفته می شود این قسمت شامل نظریه‌های دورکیم، گلاک و استارک^۱ و اینگلهارت و نوریس است. پس از ذکر این نظریه‌ها، نظریه‌هایی که مربوط به عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی است، بیان می گردد که شامل نظریه‌های پاتنام، اینگلهارت و نوریس می باشد. در کل محقق در این تحقیق، از چارچوب نظری تلفیقی استفاده کرده است.

نظریه دورکیم: طبق نظریه دورکیم مشارکت دینی عبارت است از شرکت افراد در مراسم مذهبی و مناسک دینی. از نظر وی مشارکت دینی به نوعی به عنوان یک نوع واقعیت اجتماعی مدنظر می باشد. به طور کلی می توان نکات زیر را پیرامون نظریه دورکیم راجع به مشارکت دینی مطرح کرد:

۱. دورکیم به عنوان یکی از مشهورترین دین شناسان، دین را به عنوان منشأ اصلی اصول اخلاقی و همبستگی اجتماعی شناسایی کرد. او معتقد است که گردهمایی مردم در مراسم مذهبی، هم باعث تقویت باورهای دینی و هم موجب به وجود آمدن احساسات پرشور و شدید و تقویت پیوند بین مردم می شود.
۲. دین به طور مداوم جمع را می سازد و بازسازی می کند و این کار را با محکم کردن پیوندهایی که فرد را به جامعه متصل می کند، انجام می دهد. دین شرایط

ضروری حیات اجتماعی و به سبب آن، حیات فردی را ابقاء می کند. به عبارت دیگر بنا به گفته ی دورکیم، از آنجا که سنن و آداب دینی در مراسم مذهبی با گریه ها و عزاداری های جمعی و با شورآفرینی های خاص همراه است، کنشگران با این عمل مذهبی نوعی احساس تطهیر و نزدیکی به خدا می کنند. این امر سبب نوعی کامیابی و نشاط برای کنشگران می شود (بیانی، ۱۳۹۴: ۱). محقق در این تحقیق از نظریه دورکیم این استنباط را می کند که مشارکت دینی به عنوان یک نوع واقعیت اجتماعی است که تجلی بیرونی آن را باید مدنظر قرار داد. به نوعی دورکیم مشارکت دینی را شرکت افراد جامعه در مناسک دینی و مراسم مذهبی مدنظر قرار داده است. بنابراین محقق در این تحقیق به این جنبه از مشارکت دینی توجه کرده و بر اساس جامعه ی خود آن را بومی سازی کرده است.

نظریه گلاک و استارک: سراج زاده و پویافر (۱۳۸۶) مدل دینداری گلاک و استارک را با توجه به جامعه ایران بومی سازی کرده است. محقق در این تحقیق به بعد مناسکی این نظریه برای ساختن گویه های مشارکت دینی استفاده کرده است. چون به نوعی گلاک و استارک در این بعد از دینداری، مشارکت دینی را مدنظر قرار داده است. در این تحقیق، چون مشارکت دینی به عنوان یکی از انواع مشارکت در نظر گرفته شده است محقق می تواند از این بعد از دینداری (بعد مناسکی) برای رسیدن به گویه های مورد نظر استفاده کند. این گویه ها شامل شرکت در نماز جماعت، شرکت در نماز جمعه، شرکت در مراسم اعیاد مذهبی و عزاداری ها (که در مساجد و تکیه ها تشکیل می شود) می باشد.

اینگلهارت و نوریس: اینگلهارت و نوریس مشارکت دینی را شرکت در مراسم مذهبی و انجام عبادت ها و مکاشفه های روزانه مدنظر قرار داده اند. با توجه به این که مشارکت دینی در این تحقیق به عنوان یکی از انواع مشارکت و یکی از ابعاد اجتماعی دینداری مدنظر می باشد، ما از این نظریه فقط به بعد شرکت افراد در مناسک دینی جمعی توجه کردیم.

به طور کلی مشارکت دینی که به عنوان یک بعد اجتماعی دینداری و هم به عنوان

یکی از انواع مشارکت است که جوانان در اجتماع به آن می پردازند، مدنظر ما می باشد. به دلیل این که نظریه ای واحد، مشارکت دینی را آن گونه که مدنظر محقق می باشد توضیح نداده، لذا مجبور شدیم که برای توصیف و تبیین مشارکت دینی از ترکیب نظریه هایی مانند دورکیم، گلاک و استارک و اینگلههارت و نوریس استفاده کنیم.

نظریه پاتنام: براساس نظریه پاتنام، بین مشارکت و اعتماد اجتماعی رابطه ی متقابلی وجود دارد. «وجود نهادهای همکاری جویانه کارآمد، مستلزم مهارت ها و اعتماد بین اشخاص است و این اعتماد و مهارت ها نیز، به نوبه خود به وسیله همکاری سازمان یافته تلقین و تقویت می شود» (پاتنام، ۱۳۹۲: ۳۱۲).

پاتنام در بخشی از کتاب *بولینگ تنها*^۱، به بررسی رابطه مشارکت دینی و سرمایه اجتماعی می پردازد. به نظر او، چون کلیساها به طور سنتی نقش مهمی در زندگی مدنی آمریکایی ها داشته اند، فرایند غیردینی شدن تأثیر معناداری بر تضعیف فعالیت اجتماعی داشته است. پاتنام سازمان های دینی، بویژه کلیساهای پروتستان را منحصراً برای جامعه مدنی آمریکایی مهم شمرده است: «شاید اجتماع های مذهبی که مردم در آن ها با هم به عبادت می پردازند، مهم ترین ذخیره گاه سرمایه اجتماعی در آمریکا باشد» (اینگلههارت و نوریس، ۱۳۸۹: ۲۶۱). با وجود سازمان های دینی که مستقیماً با حمایت اجتماعی از اعضایشان و ارائه خدمات در مناطق محلی و به صورت غیرمستقیم با پرورش مهارت های سازمانی، درونی سازی ارزش های اخلاقی و ترویج از خودگذشتگی، در خدمت زندگی مدنی هستند، فعالیت مذهبی است که برای آمریکایی ها، مهم پنداشته می شود. پاتنام عقیده دارد که کاهش فعالیت مذهبی در قرن بیستم در میان نسل های جوان تر بیش از همه مشهود است. «آمریکایی ها غالباً کمتر از ما در سه یا چهار دهه قبل به کلیسا می روند و کلیساهایی که ما می رویم با عبادت گزاران کمتری مواجه هستند» (همان: ۲۶۲). پاتنام بیان می کند که افت کلیساروی در آمریکا مثل بقیه جوامع دیگر مشهود است: کاهش جهانی فعالیت در این سازمان ها، واقعیت چشمگیری است که در ارتباط با پویایی سرمایه اجتماعی در دموکراسی پیشرفته است. به عقیده

پاتنام افت کلیساروی موجب کاهش عضویت در سازمان‌های اجتماعی و فعالیت در امور مدنی می‌شود (همانجا).

پاتنام در کتاب *بولینگ تنها* و دیگر مقاله‌های خود (Putnam, 2000: 1995) در تبیین کاهش سرمایه اجتماعی، مشارکت مدنی و دیگر اشکال مشارکت در بین آمریکایی‌ها، مهم‌ترین نقش را برای تلویزیون قائل است.

پاتنام معتقد است سه دلیل برای تأثیر نامطلوب تلویزیون بر سرمایه اجتماعی و اشکال مشارکت وجود دارد: اول این که تلویزیون زمانی را که باید صرف ارتباط با مردم شود را به خود اختصاص می‌دهد و مردم را در خانه‌هایشان نگاه می‌دارد. دوم این که تلویزیون انفعال و بی‌حالی را تقویت می‌کند. سوم این که محتوای بسیاری از برنامه‌های آن ضدمدنی است. کسانی که برنامه‌های اخبار را تماشا می‌کنند، از دیگران فعالیت مدنی بیشتری دارند. اما همبستگی منفی واضحی میان شهروندی فعالانه و تماشای مداوم مسابقه‌های تلویزیونی و برنامه‌های گفتگو وجود دارد» (فیلد، ۱۳۸۵: ۱۴۵). به‌طور کلی در زمینه انواع رسانه‌های الکترونیکی، پاتنام عقیده دارد که این فناوری‌های ارتباطی با خصوصی کردن یا انفرادی کردن اوقات فراغت، به کاهش سرمایه اجتماعی و مشارکت افراد در سازمان‌ها و انجمن‌های مختلف مدنی و اجتماعی منجر می‌شوند» (Putnam, 1998, 1998); به نقل از فیلد، ۱۳۸۵: ۱۴۵-۱۴۲).

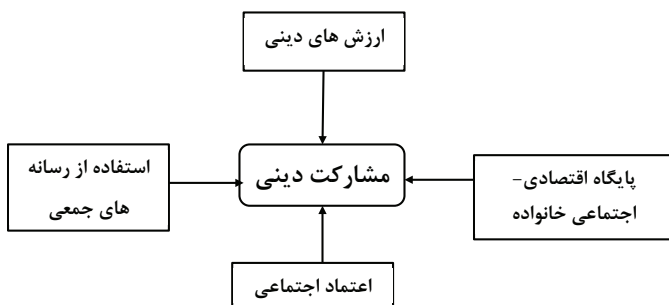
نظریه اینگلهارت و نوریس: اینگلهارت و نوریس (۱۳۸۹: ۳۱۲ و ۳۱۴ و ۳۱۶) در کتاب *مقدس و عرفی: دین و سیاست در جهان تحلیلی نظری از دینداری و مشارکت دینی* ارائه داده است. آنان براساس دو اصل امنیت و سنت‌های فرهنگی، عقیده دارند که مشارکت دینی در جوامع فقیرتر پیش‌صنعتی، قوی‌تر از دیگر جوامع می‌باشد. در مقابل مردم مرفه‌ترین، امن‌ترین و برابرطلب‌ترین جوامع، غیرمذهبی‌ترین جوامع می‌باشند. هم‌چنین در همه جوامعی که توسعه اقتصادی قابل توجهی رخ داده است، غیردینی شدن در میان نسل‌های جوان‌تر که از والدین و پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌هایشان کمتر دیندارند، بیشترین پیشروی را داشته است.

براساس نظریه آنان ارزش‌ها و اعتقاد‌های دینی به شدت بر مشارکت دینی (شرکت

در مراسم عبادی و برگزاری نماز) تأثیر می‌گذارد. نوسازی یعنی فرایند صنعتی شدن، شهرنشینی، میزان تحصیلات و ثروت بر روی میزان مشارکت دینی تأثیر می‌گذارد. هم‌چنین میزان مشارکت دینی در بین گروه‌های جنسیتی، تأهلی، شغلی و طبقاتی متفاوت است (همان: ۳۱۵).

بررسی نظریه‌های فوق نشان می‌دهند که عوامل اجتماعی زیادی بر مشارکت دینی تأثیر دارند. برای چارچوب نظری تحقیق از نظریه‌های پاتنام، اینگلهارت و نوریس استفاده شده است که شامل: ۱. پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده: براساس نظریه اینگلهارت و نوریس؛ ۲. استفاده از رسانه‌های جمعی: براساس نظریه پاتنام؛ ۳. اعتماد اجتماعی: براساس نظریه پاتنام؛ ۴. ارزش‌های دینی: براساس نظریه اینگلهارت و نوریس.

مدل نظری تحقیق



شکل ۱) مدل نظری تحقیق

روش تحقیق

رویکرد این تحقیق "کمی" و روش مورد استفاده "پیمایشی" است و در گردآوری داده‌ها نیز از فن "پرسشنامه" استفاده شده است. داده‌های جمع‌آوری شده در نرم افزار SPSS مورد پردازش قرار گرفتند و چگونگی توزیع و روابط بین متغیرها در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد تحلیل و آزمون قرار گرفته است. پرسشنامه‌ی مورد

استفاده در این تحقیق، مشتمل بر دو نوع سؤال باز و بسته بوده است. متغیر ملاک تحقیق به صورت ترتیبی با گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، تاحدودی، کم، خیلی کم، اصلاً، سنجیده شده است و متغیرهای پیشین از جمله: اعتماد اجتماعی، استفاده از رسانه‌های جمعی، ارزش‌های دینی بصورت ترتیبی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده بصورت فاصله‌ای سنجیده شده است.

اعتبار و پایایی ابزار تحقیق

شیوه‌های مختلفی برای سنجش درجه اعتبار یک پرسش‌نامه وجود دارد. از جمله اعتبار صوری و اعتبار تجربی است که در این تحقیق، از اعتبار صوری استفاده شده است. منظور از اعتبار صوری، شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا معرف‌های پژوهش است که از طریق مراجعه به داوران و متخصصین اهل فن صورت می‌گیرد. فایده این روش آن است که فرایند تحقیق به شاخص‌های درستی دست می‌یابد که تا حد امکان فارغ از ارزش‌های خاص محقق است و واقعیت را آن‌طور که هست، سنجش و ارزیابی می‌کند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۳۹). ضوابطی که در مطالعه حاضر برای حصول اطمینان از اعتبار صوری وسیله اندازه‌گیری به کار گرفته شده‌اند، عبارتند از: ۱- استفاده از پرسش‌نامه‌های آزمون شده قبلی و پژوهش‌های مشابه که با توجه به موضوع تحقیق، مقداری تغییرات در آن صورت گرفت ۲- نظرخواهی از اساتید راهنما و سایر استادان متخصص.

برای سنجش پایایی مقیاس‌های تحقیق، تعداد ۳۰ پرسش‌نامه را در میان دانشجویان دانشگاه بیرجند توزیع و براساس نتایج آن‌ها، آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق محاسبه شد. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای موردنظر، پس از سنجش، بیش از ۷۰٪ بود که نشان می‌دهد گویه‌های مربوط به متغیرها از میزان پایایی و همسازی درونی بالایی برخوردارند.

جامعه آماری و حجم نمونه و شیوه نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق کلیه ی دانشجویان دانشگاه بیرجند که در نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۵-۹۴، در دانشکده های کشاورزی، هنر، ادبیات و علوم انسانی، علوم تربیتی و روانشناسی، مهندسی، علوم، علوم ریاضی و آمار، تربیت بدنی و علوم ورزشی مشغول به تحصیل بودند، می باشد. در مجموع، تعداد کل دانشجویان دختر و پسر مورد بررسی ۹۵۶۴ نفر است. از کل جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه برابر با ۳۱۲ نفر برآورد شده است. لازم به ذکر است که با توجه به حجم دانشجویان هر دانشکده، تعداد لازم برای نمونه گیری از هر کدام، به نسبت دانشجویان آن ها مشخص شد و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده متناسب انتخاب شدند. در این تحقیق با مراجعه به دانشکده های مربوطه، ۳۱۲ دانشجو به ترتیب ۴۲ نفر از دانشکده کشاورزی، ۲۳ نفر از دانشکده هنر، ۶۶ نفر از دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ۲۹ نفر از دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، ۸۶ نفر از دانشکده مهندسی، ۳۹ نفر از دانشکده علوم، ۱۷ نفر از دانشکده علوم ریاضی و آمار و ۱۰ نفر از دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، به صورت تصادفی (هر یک از افراد مورد مطالعه شانس برابر و مستقلی برای قرار گرفتن در نمونه داشتند) پرسش نامه در اختیار پاسخگویان قرار گرفت.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

تعریف متغیر ملاک: در این تحقیق مشارکت دینی متغیر ملاک است.

تعریف مشارکت دینی: مشارکت دینی به عنوان یکی از انواع مهم مشارکت و یکی از ابعاد اجتماعی دینداری به حساب می آید که عبارت است از حضور و مشارکت افراد در مراسم و مناسک دینی جمعی و سهیم شدن در برخی از هزینه های این مراسم و مناسک می باشد که به صورت داوطلبانه و آگاهانه در مکان هایی همچون هیأت های مذهبی، مساجد و منازل انجام می گیرد (غفاری و نیک بین صداقتی، ۱۳۹۱: ۹۱).

برخی از مهم ترین مصادیق مشارکت دینی با توجه به جامعه ی آماری این تحقیق که دانشجویان هستند عبارت است از: شرکت در نماز جماعت، شرکت در نماز جمعه،

شرکت در مراسم دعا‌های مختلف از جمله دعای ندبه، دعای توسل، دعای عرفه، دعای کمیل، شرکت در مراسم عزاداری محرم و صفر، شرکت در مراسم اعیاد مذهبی چون عید فطر، قربان، مبعث، ولادت پیامبر و ائمه معصومین، شرکت در مراسم اعتکاف، شرکت در مراسم شب‌های احیاء در ماه رمضان، هزینه کردن در مراسم عاشورا، عزاداری و اعیاد دینی و برگزاری مراسم دینی در منزل.

تعریف متغیر پیش‌بین: در این تحقیق متغیرهای پیش‌بین شامل: پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده، اعتماد اجتماعی، استفاده از رسانه‌های جمعی و ارزش‌های دینی می‌باشد که به ترتیب تعریف هر یک در ذیل آمده است:

پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده: پایگاه اجتماعی که یکی از مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی محسوب می‌شود عبارت است از: موقعیت اجتماعی فرد در یک گروه، یا مرتبه اجتماعی او در یک گروه در مقایسه با دیگر گروه‌ها (ربانی و طاهری، ۱۳۸۷: ۳). پایگاه اقتصادی، وضعی را که یک فرد در رژیم اقتصادی داراست و یا دقیق‌تر، وضع او در بخش تولید را می‌رساند (بیرو، ۱۳۷۵: ۱۱۰). بنابراین اصطلاح پایگاه، موقعیتی را مشخص می‌کند که فرد در یک گروه یا یک گروه در جامعه احراز کرده است (بودون، ۱۳۸۵: ۱۲۶). شاخص‌های زیادی هم‌چون ثروت، قدرت، درآمد، تحصیلات و شغل برای سنجش پایگاه اجتماعی افراد وجود دارد. در این تحقیق برای سنجش پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده از شاخص‌های درآمد، تحصیلات و شغل استفاده شده است و براین اساس، افراد در سه پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا، متوسط و پایین قرار گرفتند.

ارزش‌های دینی: «ارزش‌های دینی آن دسته از باورهایی هستند که در واقعیات نفس‌الامری ریشه دارند که از طریق عقل و یا به کمک وحی کشف شده‌اند. ارزش‌هایی که در وحی ریشه دارند از طریق انبیاء به جوامع انسانی هدیه می‌شود. ارزش‌های دینی منشأ و حیانی دارد و با ارزش‌های اجتماعی متفاوت است، ولی این‌گونه نیست که به لحاظ مقبولیت نتواند صفت اجتماعی شدن را به دست آورد. به دیگر سخن، دینی بودن ارزش‌ها به معنای ناتوانایی آن در اجتماعی شدن نیست، چه بسا ارزش‌های دینی که پذیرش همگانی دارند و اجتماعی نیز هستند» (پوریانی، ۱۳۸۷: ۶۸). ویژگی‌های

ارزش‌های دینی عبارت است از: ۱- ثبات و دوام ۲- طراوت و بالندگی ۳- قداست ارزش‌های دینی ۴- انسجام بخشی ارزش‌های دینی ۵- مطلق بودن ارزش‌های دینی (همان: ۶۸).

تعریف عملیاتی از ارزش‌های دینی از نظر محقق عبارت است:

۱- ارزش‌های دینی به الگوی اجتماعی تبدیل شده‌اند ۲- ارزش‌های دینی احساسات ریشه‌دار عمیق‌اند که اعضای جامعه در آن شریک‌اند ۳- ارزش‌های دینی یک نوع درجه‌بندی، طبقه‌بندی و امتیازبندی پدیده‌ها، یک شخص، موضوع و یک گروه است ۴- ارزش‌های دینی در ذهن است و در ذهن افراد از درجه و اولویت برخوردار می‌باشند. محقق با توجه به این موارد درجه‌بندی ارزش‌ها را انجام داده است.

در این تحقیق گویه‌های ارزش‌های دینی اولاً با توجه به کار اینگلهارت (۱۹۹۰) در نظر گرفته شده است. اینگلهارت برای سنجش ارزش‌های دینی افراد به سه مقوله توجه کرده است: ۱- یکتاپرستی ۲- حرمت خانواده ۳- نظم داخلی (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۲۰۷). دوماً محقق به کار گلاک و استارک، شجاعی زند، خدایاری فرد (سراج زاده و پویافر، ۱۳۸۶: ۶۵-۷۱) توجه کرده است. ثالثاً با توجه به آن چه در دین ما آمده است گویه‌های زیر گردآوری شد، لذا از دانشجویان خواسته شده است تا میزان اهمیت جملات زیر را مشخص کنند. ۱- خدا ۲- قیامت ۳- نبوت ۴- امامت ۵- بهشت ۶- جهنم ۷- انجام واجبات دین ۸- ترک محرّمات ۹- اقامه نماز ۱۰- روزه گرفتن ۱۱- زکات دادن ۱۲- امر به معروف کردن ۱۳- نهی از منکر کردن ۱۴- حجاب ۱۵- اخلاق خوب داشتن ۱۶- شیطان ۱۷- کمک به دیگران ۱۸- احترام به والدین ۱۹- پیامبر اسلام ۲۰- اماکن مذهبی ۲۱- مسلمانان. محقق در این تحقیق از جمع این گویه‌ها، متغیر ارزش‌های دینی را ساخته است.

استفاده از رسانه‌های جمعی: در ابتدا لازم به ذکر است که گاهی به جای عبارت رسانه‌های جمعی، از عبارتی چون وسایل ارتباط جمعی نیز استفاده می‌شود که یکی هستند. به طور کلی یک وسیله ارتباطی عبارت است از هر ابزاری که برای برقراری ارتباط، از آن استفاده می‌شود؛ اما منظور از وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایل

ارتباطی است که مورد توجه جماعت کثیری قرار می‌گیرد. این وسایل در تمدن‌های جدید به وجود آمده و ویژگی اصلی آنان قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل بسیار وسیع است (کازنو، ۱۳۵۶: ۱۵).

در این پژوهش، منظور از مفهوم استفاده از رسانه‌های جمعی، استفاده دانشجویان از رسانه‌های چون اینترنت، شبکه‌های اجتماعی (اینستگرام، وایبر، فیس‌بوک، واتس‌آپ و تلگرام)، تلویزیون، ماهواره، رادیو و روزنامه می‌باشد.

اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظارها و تعهدهای اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند تعریف شده است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰: ۳۰).

محقق در این تحقیق در رابطه با اعتماد اجتماعی تلفیقی از نظریه‌های چلبی، گیدنز^۱ و استون^۲ را استفاده کرده است. اعتماد اجتماعی از ترکیب سه بعد اعتماد بین فردی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی به دست آمده است.

یافته‌های تحقیق

از مجموع ۳۱۲ نفر جمعیت نمونه، بیشترین فراوانی مربوط به رده‌ی سنی کمتر از ۲۰ سال و کمترین فراوانی مربوط به رده‌ی سنی بیشتر از ۳۰ سال بوده است. هم‌چنین از لحاظ جنسیت، بیشترین تعداد از جامعه آماری را زنان با مقدار ۵۷/۷٪ تشکیل می‌دهند و بقیه نیز با ۴۲/۳٪ پسر می‌باشند. از نظر تحصیلات پدر، بیشترین آمار مربوط به مقطع دیپلم است و کمترین آمار مربوط به مقطع دکتری است. از لحاظ تحصیلات مادر، بیشترین آمار مربوط به مقطع ابتدایی با ۳۲/۴٪ و کمترین آمار مربوط به مقطع کارشناسی ارشد با فراوانی ۲/۶٪ است. بر اساس نتایج به دست آمده، از مجموع نمونه‌های بررسی شده، اکثر پاسخگویان با ۲۲/۸٪ درآمد ماهیانه خود را تا یک میلیون اعلام کرده و کمترین درآمد ماهیانه با ۶/۷٪ مربوط به بالای سه میلیون تومان است. هم‌چنین از کل نمونه‌ی آماری، ۴۶/۲٪ از پاسخگویان، یعنی بیشترین

1. Gedanz
2. Stone

افراد شغل پدرشان آزاد و ۱/۳٪ پاسخگویان، یعنی کمترین افراد شغل پدرشان بیکار است. از کل نمونه ی آماری ۸۲/۱٪ از پاسخگویان، یعنی بیشترین افراد شغل مادرشان را خانه دار اعلام کرده اند. ۰/۶٪ پاسخگویان، یعنی کمترین آن ها شغل مادرشان را آزاد اعلام کرده اند. در مورد پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده، نتایج به دست آمده نشان می دهد که ۶۱/۲٪ دانشجویان در طبقه متوسط قرار دارند. ۳۳/۳٪ نیز در طبقه پایین و ۲/۶٪ در طبقه بالا قرار دارند.

در جمع بندی و با فرض فشرده کردن اطلاعات درباره فراوانی رسانه های جمعی، می توان گفت که ۱۳/۱٪ از دانشجویان همیشه و ۶۷٪ بیشتر اوقات از اینترنت استفاده می کنند. در مورد استفاده دانشجویان از شبکه های اجتماعی، داده ها نشان می دهد که ۱۱/۹٪ دانشجویان همیشه و ۶۰/۵٪ بیشتر اوقات از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. در رابطه با استفاده دانشجویان از تلویزیون، می توان گفت که ۳۲/۷٪ پاسخگویان بیشتر اوقات و ۴۸/۷٪ کم بیننده برنامه های تلویزیون می باشند. هم چنین در مورد استفاده دانشجویان از ماهواره، می توان این مطلب را بیان کرد که ۱/۶٪ پاسخگویان همیشه از ماهواره استفاده می کنند، در حالی که ۶۷/۶٪ اصلاً از ماهواره استفاده نمی کنند. درباره استفاده دانشجویان از رادیو می توان گفت که ۱٪ پاسخگویان همیشه و ۵۸٪ اصلاً از رادیو استفاده نمی کنند. در نهایت در مورد استفاده دانشجویان از روزنامه، نتایج نشان می دهد که ۱٪ دانشجویان همیشه و ۴۳/۳٪ کم از روزنامه استفاده می کنند در حالی که ۴۲/۶٪ اظهار داشتند که اصلاً از روزنامه استفاده نمی کنند.

نتایج به دست آمده در مورد استفاده دانشجویان از رسانه های جمعی بیانگر آن است که دانشجویان بیشتر اوقات شان صرف استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی می گردد. آمارهای مربوط به این دو مورد نشان می دهند که از گذشته تاکنون، تغییر اساسی در استفاده دانشجویان از تلویزیون به اینترنت و شبکه های اجتماعی ایجاد شده است.

توزیع فراوانی پاسخگویان برای متغیر اعتماد اجتماعی نشان می دهد که به طور کلی بیشترین افراد در جامعه مورد مطالعه، یعنی ۶۵/۱٪ دانشجویان دارای اعتماد اجتماعی متوسطی می باشند. توزیع فراوانی به دست آمده در مورد ارزش های دینی نشان می دهد

که اغلب دانشجویان خدا، قیامت، نبوت، امامت، بهشت، جهنم، انجام واجبات دین، ترک محرمات، اقامه نماز، روزه گرفتن، زکات دادن، امر به معروف کردن، نهی از منکر کردن، حجاب، اخلاق خوب داشتن، شیطان، کمک به دیگران، احترام به والدین، پیامبر اسلام، اماکن مذهبی و مسلمانان برایشان در زندگی مهم می باشد. بر اساس داده های به دست آمده می توان گفت که اکثر دانشجویان، ارزش های دینی شان بالا می باشد. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس میزان مشارکت دینی نشان می دهد که $38/8\%$ دانشجویان مشارکت دینی پایینی دارند. $32/1\%$ دانشجویان مشارکت دینی متوسط و $29/2\%$ دانشجویان مشارکت دینی بالایی دارند. به طور کلی داده های به دست آمده نشان دهنده ی این است که در جامعه مورد مطالعه، مشارکت دینی دانشجویان در حد پایینی است.

در جمع بندی اطلاعات به دست آمده از توزیع فراوانی اشکال مشارکت دینی می توان گفت که تنها $15/7\%$ دانشجویان در حد زیاد و $36/9\%$ در حد متوسط در "مراسم نماز جماعت" شرکت می کنند. هم چنین در رابطه با مشارکت دانشجویان در "نماز جمعه" می توان گفت که $36/8\%$ دانشجویان کم و $37/5\%$ اصلاً در نماز جمعه شرکت نمی کنند. در مورد شرکت دانشجویان در "مراسم عزاداری محرم و صفر" می توان گفت که تنها 59% دانشجویان در حد زیاد و $15/4\%$ در حد متوسط در این مراسم شرکت می کنند. در رابطه با شرکت دانشجویان در "اعیاد مذهبی چون عید فطر، قربان، مبعث، ولادت پیامبر و ائمه معصومین" می توان این مطلب را بیان کرد که $44/6\%$ دانشجویان در حد زیاد و $24/7\%$ به طور متوسط، در اعیاد مذهبی شرکت می کنند. در مجموع، نتایج حاکی از آن است که از نظر مشارکت دینی، دانشجویان در زمینه ی مراسم عزاداری محرم و صفر، اعیاد مذهبی چون عید فطر، قربان، مبعث، ولادت پیامبر و ائمه معصومین زیاد شرکت می کنند. بعد از آن دانشجویان به طور متوسط در نماز جماعت و برگزاری مراسم دینی در منزل شرکت داشته اند. کمترین میزان مشارکت دانشجویان، در زمینه ی شرکت در مراسم احیاء ماه رمضان، مراسم ادعیه مانند دعای ندبه، دعای توسل، دعای کمیل و نماز جمعه بوده است. هم چنین با توجه به نتایج، اکثر دانشجویان

در مراسم اعتکاف شرکت نمی کنند.

آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه ۱: به نظر می رسد بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۱ نتایج بررسی رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی آنان را نشان می دهد. به منظور بررسی رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی از روش آماری همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. داده های جدول نشان می دهد که در سطح ۹۵٪ اطمینان، فقط هزینه کردن در مراسم دینی با پایگاه اقتصادی- اجتماعی رابطه معنادار ندارد. با توجه به این که مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن در بقیه گویه ها، رابطه معنادار و منفی است می توان گفت که هر چه پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد بالاتر باشد، میزان شرکت پاسخگویان در مراسم فوق نیز کاهش می یابد و بالعکس. از طرف دیگر، مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن دلالت بر همبستگی ضعیفی بین دو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی دارند. جدول (۱) آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی

متغیر ملاک	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
نماز جماعت	-۰/۲۸	۰/۰۰
نماز جمعه	-۰/۲۹	۰/۰۰
مراسم ادعیه مانند دعای ندبه و ...	-۰/۳۲	۰/۰۰
مراسم عزاداری محرم و صفر	-۰/۱۷	۰/۰۰
مراسم شب های احیاء ماه رمضان	-۰/۲۱	۰/۰۰
اعیاد مذهبی مانند عید فطر و ...	-۰/۰۲۲	۰/۰۰
مراسم اعتکاف	-۰/۰۲۷	۰/۰۰
هزینه کردن در مراسم عاشورا و ..	-۰/۳۰	۰/۴۹
برگزاری مراسم دینی در منزل	-۰/۲۱	۰/۰۰

فرضیه ۴: به نظر می‌رسد که بین استفاده دانشجویان از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۲ نتایج بررسی رابطه بین استفاده دانشجویان از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی آنان را نشان می‌دهد. به منظور بررسی رابطه بین استفاده از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی از روش آماری همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. داده‌های جدول نشان می‌دهد که فقط شرکت در مراسم ادعیه مانند دعای ندبه و هزینه کردن در مراسم عاشورا، رابطه معناداری با استفاده از رسانه‌های جمعی دارند. به این صورت که در سطح ۹۵٪ اطمینان، $\text{sig} = 0.00$ ، رابطه معنادار است. هم‌چنین با توجه به مثبت بودن مقادیر ضریب همبستگی، می‌توان گفت با افزایش استفاده دانشجویان از رسانه‌های جمعی، مشارکت دینی آنان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. از طرف دیگر، مقادیر این رابطه که برابر با ۰/۱۶ و ۰/۲۳ است، دلالت بر همبستگی نسبتاً ضعیفی بین دو متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی دارد.

جدول ۲) آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی و مشارکت دینی

متغیر ملاک	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
نماز جماعت	۰/۰۴	۰/۴۷
نماز جمعه	۰/۰۸	۰/۱۳
مراسم ادعیه مانند دعای ندبه و ...	۰/۱۶	۰/۰۰
مراسم عزاداری محرم و صفر	۰/۰۹	۰/۱۰
مراسم شب‌های احیاء ماه رمضان	۰/۰۱	۰/۷۹
اعیاد مذهبی مانند عید فطر و ...	-۰/۰۶	۰/۲۲
مراسم اعتکاف	۰/۰۳	۰/۵۳
هزینه کردن در مراسم عاشورا و ..	۰/۲۳	۰/۰۰
برگزاری مراسم دینی در منزل	۰/۰۸	۰/۱۱

فرضیه ۳: به نظر می‌رسد که بین اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۳ نتایج بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی آنان را نشان می‌دهد. به منظور بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی از روش آماری همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. با توجه به این که، همه مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن در سطح حداقل ۹۵٪ اطمینان، $\text{Sig} = /00$ معنی دار است، لذا فرض وجود رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی آن‌ها تأیید می‌شود. هم‌چنین با توجه به مثبت بودن مقادیر ضریب همبستگی، می‌توان گفت با افزایش اعتماد اجتماعی دانشجویان، مشارکت دینی آنان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. از طرف دیگر، مقادیر ضریب همبستگی دلالت بر همبستگی نسبتاً ضعیفی بین دو متغیر اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی دارد.

جدول ۳) آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیر اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی

متغیر ملاک	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
نماز جماعت	۰/۳۹	۰/۰۰
نماز جمعه	۰/۴۲	۰/۰۰
مراسم ادعیه مانند دعای ندبه و ...	۰/۳۳	۰/۰۰
مراسم عزاداری محرم و صفر	۰/۱۶	۰/۰۰
مراسم شب‌های احیاء ماه رمضان	۰/۲۴	۰/۰۰
اعیاد مذهبی مانند عید فطر و ...	۰/۳۰	۰/۰۰
مراسم اعتکاف	۰/۲۹	۰/۰۰
هزینه کردن در مراسم عاشورا و ..	۰/۲۳	۰/۰۰
برگزاری مراسم دینی در منزل	۰/۳۱	۰/۰۰

فرضیه ۴: به نظر می‌رسد که بین ارزش‌های دینی و مشارکت دینی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۴ نتایج بررسی رابطه بین ارزش‌های دینی و مشارکت دینی آنان را نشان می‌دهد. به منظور بررسی رابطه بین ارزش‌های دینی و مشارکت دینی از روش آماری همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. با توجه به این که همه مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن در سطح حداقل ۹۵٪ اطمینان، $\text{Sig} = /00$ معنی‌دار است، لذا فرض وجود رابطه بین ارزش‌های دینی و مشارکت دینی آن‌ها تأیید می‌شود. هم‌چنین با توجه به مثبت بودن مقادیر ضریب همبستگی، می‌توان گفت با افزایش ارزش‌های دینی، مشارکت دینی آنان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. از طرف دیگر، همه مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن، دلالت بر همبستگی متوسطی بین دو متغیر ارزش‌های دینی و مشارکت دینی دارد.

جدول ۴) آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیر ارزش‌های دینی و مشارکت دینی

سطح معنی داری	ضریب همبستگی اسپیرمن	متغیر ملاک
۰/۰۰	۰/۵۱	نماز جماعت
۰/۰۰	۰/۴۹	نماز جمعه
۰/۰۰	۰/۳۹	مراسم ادعیه مانند دعای ندبه و ...
۰/۰۰	۰/۳۹	مراسم عزاداری محرم و صفر
۰/۰۰	۰/۴۴	مراسم شب‌های احیاء ماه رمضان
۰/۰۰	۰/۴۷	اعیاد مذهبی مانند عید فطر و...
۰/۰۰	۰/۳۸	مراسم اعتکاف
۰/۰۰	۰/۲۸	هزینه کردن در مراسم عاشورا و..
۰/۰۰	۰/۳۷	برگزاری مراسم دینی در منزل

تحلیل چند متغیری

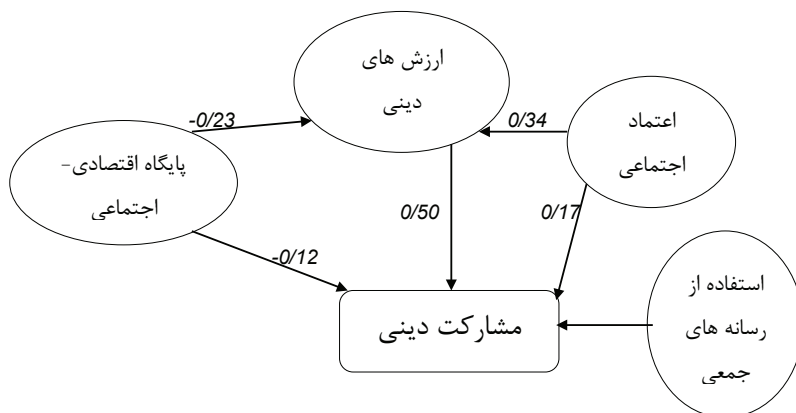
در این پژوهش، برای تبیین و پیش‌بینی متغیر ملاک از طریق متغیرهای پیش‌بین از روش رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. «در تحقیق‌های رگرسیون چندمتغیره،

هدف پیدا کردن متغیرهای پیش بینی است که تغییرهای متغیر ملاک را چه به تنهایی و چه مشترکاً پیش بینی کند» (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۵: ۹۳). در این جا، تغییرهای متغیر ملاک از طریق چند متغیر پیش بین برآورد می شود.

جدول ۵) بررسی رابطه بین متغیرهای پیش بین و متغیر ملاک براساس آزمون رگرسیون چندمتغیره

Sig	F	R ²	R	مقدار a	Beta	B	سطح معنی داری	متغیرهای پیشبین
.۰/۰۰	۴۹/۸	.۰/۴۰	.۰/۶۳	-۱/۴۷۱	.۰/۵۰	.۰/۶۹	.۰/۰۰۱	ارزش های دینی
					.۰/۱۰	.۰/۱۵	.۰/۰۲	استفاده از رسانه های جمعی
					.۰/۱۷	.۰/۳۳	.۰/۰۰۰	اعتماد اجتماعی
					-.۰/۱۲	-.۰/۰۳	.۰/۰۰۶	پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده

نتایج جدول ۵ نشان می دهد که با توجه به مقدار سنجش آزمون F و معنی داری آن در سطح ۹۵٪ اطمینان، معادله رگرسیون معتبر و نتایج آن قابل تحلیل است. در این جدول، متغیرهایی که به ترتیب اهمیت توانستند وارد مدل شوند عبارتند از: ارزش های دینی (با ضریب تأثیر ۰/۵۰)، اعتماد اجتماعی (۰/۱۷)، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده (۰/۱۲-) و استفاده از رسانه های جمعی (۰/۱۰). بر اساس نتایج حاصله، همبستگی نسبتاً بالایی ($R=۰/۶۳$) بین ارزش های دینی، اعتماد اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و استفاده از رسانه های جمعی وجود دارد. مقدار $R^2=۰/۴۰$ نشان می دهد که متغیرهای پیش بین، قدرت تبیین متوسطی راجع به تغییرهای مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر مشارکت دینی، داشته اند. هم چنین میزان ضرایب استاندارد شده نشان می دهد که متغیر ارزش های دینی، بیشترین تأثیر را بر متغیر مشارکت دینی داشته و بالاترین مقدار Beta (۰/۵۰) را به خود اختصاص داده است. در این تحقیق بر اساس ضرایب رگرسیونی استاندارد شده، نمودار عوامل مؤثر بر مشارکت دینی به صورت زیر ترسیم می شود:



شکل ۲) تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر مشارکت دینی

با توجه به تحلیل مسیر فوق می توان گفت که تأثیر متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی کاهشی است و طبقه های اجتماعی پایین تر، مشارکت دینی بیشتری نسبت به طبقه های اجتماعی بالاتر دارند. هم چنین تأثیر متغیرهای ارزش های دینی، اعتماد اجتماعی و استفاده از رسانه های جمعی افزایشی است. با افزایش ارزش های دینی دانشجویان، مشارکت دینی آنان نیز افزایش می یابد. هم چنین با افزایش استفاده دانشجویان از رسانه های جمعی (۰/۱۰ واحد به متغیر مشارکت دینی افزوده می شود)، مشارکت دینی آنان نیز افزایش می یابد. از نظر اعتماد اجتماعی، دانشجویانی که اعتماد اجتماعی بالاتری دارند، مشارکت دینی بیشتری دارند.

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق تلاش شد که به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان پرداخته شود. همان طور که در فرایند تحقیق مطرح شد، محقق در این تحقیق به دنبال پاسخ دهی به این سؤال است که چه عوامل اجتماعی بر مشارکت دینی دانشجویان تأثیر می گذارد؟ نتایج این تحقیق نشان داد که از بین عوامل اجتماعی، متغیرهای ارزش های دینی، اعتماد اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده و استفاده از رسانه های جمعی، به ترتیب مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر مشارکت دینی

می باشند. در این تحقیق فرض وجود ارتباط بین ارزش های دینی دانشجویان و مشارکت دینی آنان تأیید شده است. این نتیجه همسو با نظریه های اینگلههارت و نوریس (۱۳۸۹) است؛ مبنی بر این که هرچه ارزش های دینی در افراد با اهمیت تر باشد مشارکت دینی آنان افزایش می یابد و بالعکس. در زمینه ی تأیید فرض وجود رابطه بین استفاده از رسانه های جمعی و مشارکت دینی دانشجویان، می توان گفت که این نتیجه غیرمنطبق با نظریه پاتنام است. پاتنام معتقد است که استفاده از رسانه های جمعی باعث کاهش مشارکت افراد می گردد. می توان نظریه پاتنام را به این صورت توجیه کرد که رسانه های جمعی (روزنامه، رادیو و تلویزیون) در ایران دولتی و با محدودیت های ویژه و فراوانی برخوردارند، همین ویژگی باعث می شود که استفاده از رسانه های جمعی باعث افزایش مشارکت افراد گردد. در صورتی که رسانه های خارجی نسبت به رسانه های داخلی در ایران آزادتر هستند و همین ویژگی باعث کاهش مشارکت در افراد می گردد. دلیل غیرمنطبق بودن نظریه پاتنام بانایج این تحقیق را می توان همین مطلب دانست. راجع به تأیید فرض رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت دینی دانشجویان، می توان گفت که این نتیجه منطبق با نظریه پاتنام است. به این ترتیب که رابطه متقابلی بین مشارکت و اعتماد اجتماعی وجود دارد. بی اعتمادی، افراد جامعه را از انواع مناسبات اجتماعی از جمله مشارکت دینی، باز می دارد. از طرف دیگر، اعتماد اجتماعی یکی از عناصر ضروری تقویت همکاری و مشارکت است. در زمینه ی تأیید فرض رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و مشارکت دینی، می توان گفت که این نتیجه منطبق با نظریه اینگلههارت و نوریس (۱۳۸۹) است. بر طبق نظریه اینگلههارت و نوریس (۱۳۸۹) نیز افراد طبقه های پایین تر اجتماعی در مقایسه با افراد طبقه های بالاتر جامعه عموماً از تحصیلات کمتر، امنیت و منزلت شغلی کمتر و درآمد پایین تری برخوردارند. به همین جهت، آن ها از یک سو برای کنترل جریان رویدادهای فردی و اجتماعی از منابع کمتری برخوردارند. از سوی دیگر، فرصت های کمتر و آسیب پذیری بیشتری در مقابل ناپایداری های زندگی دارند. در نتیجه، افراد با پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین تر در مقایسه با اقشار مرفه بیشتر به مشارکت دینی رو می آورند. به این دلیل که مشارکت

دینی با نظام معنایی خاص خود پاسخ‌هایی تسکین‌بخش به مشکلات آن‌ها می‌دهد و فشار و رنج‌شان را بر اساس ارزش‌های متعالی تخفیف می‌دهد. اما طبقه‌های بالای جامعه به دلیل دارا بودن منابع گوناگون، توانایی بیشتری برای کنترل سرنوشت‌شان دارند و غالباً در موقعیت اجتماعی قرار دارند که از موفقیت‌های تحصیلی، مشاغل و درآمد بالاتر برخوردارند، به این ترتیب چندان نیازی به توجهات تعالی‌گرایانه دین احساس نمی‌کنند.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ زارع، مریم (۱۳۸۷). "دانشگاه، مدرنیته و دینداری". *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی*، سال هشتم، ش ۲۸ (بهار و تابستان): ۱۳۳-۱۶۰.
- آزاد ارمکی، تقی؛ غیاثوند، احمد (۱۳۸۱). "تحلیل جامعه‌شناختی وضعیت دینداری جوانان با رویکرد بی‌شکلی دین‌ورزی". *پژوهش‌نامه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی*، دوره سی و پنج، ش ۳۵ (پاییز): ۱۱۷-۱۴۸.
- احمدی، سیروس؛ کارگر، سعید (۱۳۹۲). "بررسی نگرش زنان به مشارکت ورزشی و عوامل اجتماعی- روانی مؤثر بر آن". *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره پنجاه و دو، ش ۴ (زمستان): ۱۸۹-۲۱۰.
- ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰). "بررسی رابطه اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان". *فصلنامه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران*، دوره نهم، ش ۱۷ (بهار و تابستان): ۳-۳۱.
- افشانی، علیرضا، و دیگران (۱۳۹۰). "رابطه دینداری با سرمایه اجتماعی در شهر نجف‌آباد". *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال دوازدهم، ش ۴۴ (زمستان): ۲۸۴-۲۵۹.
- اعظم‌آزاده، منصور؛ توکلی، عاصفه (۱۳۸۶). "فردگرایی، جمع‌گرایی و دینداری". *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره سوم، ش ۹ (پاییز): ۱۰۱-۱۲۵.

- اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۲). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. ترجمه مریم وتر. تهران: نی.

- اینگلهارت، رونالد؛ نوریس، پیپا (۱۳۸۹). *مقدس و عرفی، دین و سیاست در جهان*. مترجم مریم وتر. تهران: کویر.

- بودون، ریمون (۱۳۸۵). *فرهنگ انتقادی جامعه شناسی*. ترجمه عبدالحسین نیک گوهر. تهران: امیرکبیر.

- بهار، مهری؛ رحمانی، سحر (۱۳۹۱). "بررسی شکاف نسلی به لحاظ وضعیت دینداری دو نسل دهه ۵۰ و ۷۰ (با تأکید به بعد مناسکی)". *فصلنامه جامعه شناسی مطالعات جوانان*، سال سوم، ش ۶ (تابستان): ۹-۳۶.

- بیرو، آلن (۱۳۷۰). *فرهنگ علوم اجتماعی*. ترجمه باقر ساروخانی. تهران: کیهان.
- بیانی، حسنا (۱۳۹۴). "تأثیر مناسک دینی جمعی بر رشد معنویت فرد". [پیوسته] قابل دسترس در:

[http://razavi.aqr.ir/Portal/Home/ShowPage.aspx?Object=Search&CategoryID=be0d82b\[۱۳۹۴/۷/۲۹\]](http://razavi.aqr.ir/Portal/Home/ShowPage.aspx?Object=Search&CategoryID=be0d82b[۱۳۹۴/۷/۲۹])

- پاتنام، رابرت (۱۳۹۲). *دموکراسی و سنت های مدنی*. ترجمه محمدتقی دلفروز. تهران: جامعه شناسان.

- پوریانی، محمدحسین (۱۳۸۷). "تحلیل جامعه شناختی نظام ارزشی دین اسلام". *فصلنامه علمی- پژوهشی علوم اسلامی*، سال سوم، ش ۱۲ (پاییز): ۷۴-۵۵.

- توسلی، غلامعباس؛ مرشدی، ابوالفضل (۱۳۸۵). "بررسی سطح دینداری و گرایش های دینی دانشجویان". *مجله جامعه شناسی ایران*، دوره هفتم، ش ۶ (زمستان): ۹۶-۱۱۸.

- جواهری، فاطمه؛ بالاخانی، قادر (۱۳۸۵). "رسانه جمعی و اعتماد: بررسی تأثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی)". *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی*، سال سوم، ش ۷ (بهار و تابستان): ۱-۲۹.

- ربانی، رسول؛ طاهری، زهرا (۱۳۸۷). "تبیین جامعه شناختی میزان دینداری و تأثیر

- آن بر سرمایه اجتماعی در بین ساکنان جدید بهارستان اصفهان". *مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، سال پنجم، ش ۲ (پاییز و زمستان): ۹۱-۱۲۹.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). *دایره المعارف علوم اجتماعی*. تهران: کیهان.
- سراج زاده، حسین (۱۳۸۳). *چالش های دین و مدرنیته: مباحثی جامعه شناختی در دینداری و سکولار شدن*. تهران: طرح نو.
- سراج زاده، حسین؛ پویافر، محمدرضا (۱۳۸۶). "مقایسه تجربی سنجه های دینداری: دلالت های روش شناسانه کاربرد سه سنجه در یک جمعیت". *مجله جامعه شناسی ایران*، دوره هشتم، ش ۴ (زمستان): ۳۷-۷۰.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۸۲). *روش های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: آگه.
- شایگان، فریبا (۱۳۸۹). *تبیین جامعه شناختی مشارکت مردم در مساجد*. تهران: جامعه شناسان.
- غفاری، غلامرضا؛ نیک بین صداقتی، فاطمه (۱۳۹۱). "مشارکت فرهنگی زنان و رفاه خانواده در بین زنان خانه دار منطقه ۹ شهر تهران". *فصلنامه علمی- ترویجی جامعه، فرهنگ و رسانه*، سال اول، ش ۲ (بهار): ۸۳-۹۴.
- فرجی، مهدی؛ کاظمی، عباس (۱۳۸۸). "بررسی وضعیت دینداری در ایران". *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، ش ۶ (تابستان): ۷۹-۹۵.
- فیلد، جان (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی*. ترجمه احمدرضا اصغرپور. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- کازنو، ژان (۱۳۵۶). *جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی*. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: سروش.
- موسوی، طاهر (۱۳۹۱). *درآمدی بر مشارکت اجتماعی*. تهران: جامعه شناسان.
- موسوی، زهرا؛ موسوی، رفیع؛ حیدری، حسین (۱۳۹۰). "بررسی میزان پای بندی به مناسک و رفتارهای دینی و عوامل مؤثر بر آن مورد مطالعه دانش آموزان شهر زنجان". *مجله تخصصی جامعه شناسی*، سال اول، ش ۱ (بهار): ۱۴۹-۱۷۳.

- همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). *جامعه شناسی دین*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: تبیان.
- Frerking, K. (1965). "Religious Participation of Lutheran Students". *Journal Review of Religious Research*, Vol. 6, No. 3:153-162.
- Mueller, C.; Johnson, w. (1975). "Socioeconomic Status and Religious Participation". *Journal American Sociological Review*, Vol. 40, No. 6: 785-800.
- Putnam, R. D. (1995). "Bowling Alone: America's declining social capital". *Journal of Democracy*, No. 6: 65-78.
- -----(2000). *Bowling Alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- -----(2002). *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary society* (Edited). Oxford: Oxforduniversity Press.